

الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور العراقي

The mental image of the Iraqi military institution among the Iraqi public

م.د علي موفق فليح

الجامعة المستنصرية كلية الاداب قسم الاعلام

Dr.Ali Muwafaq Flayyihdr.alimwafaq@uomustansiriyah.edu.iq**المستخلص :**

حدد الباحث مشكلة بحثه بالتساؤل الرئيس: ماهي طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي؟ وقد عمد الباحث في اهداف بحثه للإجابة عن هذا السؤال الرئيسي بالإضافة الى التعرف على مصادر تشكيل هذه الصورة ومصادر استقاء الجمهور للمعلومات عن المؤسسة العسكرية وتم فرض مجموعة من الفرضيات وهي الفروقات في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغيرات الجنس والعمر والتحصيل الدراسي، ومن اجل الوصول الى تلك الأهداف استخدم الباحث اداتي المقياس والاستبيان وتم اجراء اختبارات الصدق والثبات على الاداتين ، وتم اعتماد جمهور مدينة بغداد كمجتمع للبحث وتم الاعتماد على العينة العشوائية المتعددة المراحل وبلغ عدد افراد العينة (300) مبجوث، وتوصل الباحث الى نتيجة رئيسية وهي وجود صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور العراقي عن المؤسسة العسكرية العراقية.

الكلمات المفتاحية: صورة ذهنية، وسائل الاعلام، المؤسسة العسكرية، القوات المسلحة، الجمهور العراقي

Abstract:

The researcher identifies the problem of his research with the main question (What is the nature of the mental image of the military institution among the Iraqi public?) The researcher answers this main question in the objectives of his research, in addition to identifying the sources of forming this image and the sources of the public's collection of information about the military institution. A set of hypotheses are imposed, which are Differences in the nature of the mental image of the military establishment among the Iraqi public, according to the variables of gender, age, and educational attainment. In order to reach these goals, the researcher uses the tools of the scale and the questionnaire, tests of validity and reliability are conducted on the two tools, the audience of the city of Baghdad is adopted as a research community, and the multi-stage random sample is relied upon. A positive mentality among the Iraqi public about the Iraqi military establishment.

Keywords: *A mental image, mass media, the military institution, the armed forces, the Iraqi public.*

المقدمة:

تعد المؤسسة العسكرية من اهم الركائز التي تعتمد عليها قيام الدولة فهي تمثل احدى مؤسساتها التي تضطلع بمهام امنية وعسكرية وتستخدم كافة الأدوات اللازمة في سبيل تحقيق هدفها الأسمى وهو الدفاع عن الدولة وعن كل ما يمكن ان يضعف الدولة وما تتعرض له من مخاطر داخلية وخارجية، فالمؤسسة العسكرية هي نظام فرعي لا يختلف عن الأنظمة الاجتماعية الأخرى وذلك بحكم تشكيلاتها ووحداتها القتالية وغير القتالية بحسب تخصصاتها واحجامها ومستوياتها وأهدافها وشعاراتها وما تمتلكه من ايدلوجية قائمة عليها أهدافها، والتي لها دور

في تشكيل صورة المؤسسة العسكرية ، بالإضافة الى طبيعة المهام التي تقوم بها المؤسسة العسكرية والمرتبطة بطبيعة التحديات التي تواجهها، كل ذلك له دور مؤثر في عملية تشكيل صورة المؤسسة العسكرية وهذه الصورة يجب الاهتمام بها داخليا من خلال تشكيلها لدى جمهور الدولة وخارجيا من خلال المجتمع الدولي كون المؤسسة العسكرية تستخدم كأحد أدوات السياسة الخارجية وركيزة مهمة من ركائز التفاوض مع المجتمع الدولي عند حدوث الازمات .

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تعرضت المؤسسة العسكرية في العراق منذ تأسيسها والى يومنا هذا الى الكثير من التحديات والمصاعب والمهام التي كانت تؤديها بدءا من المهام والتحديات الداخلية كالانقلابات العسكرية والسياسية او التحديات الخارجية كالدفاع عن ارض الوطن ضد الاعتداءات الخارجية من بعض الدول او من منظمات إرهابية و غالبا ما كانت تؤثر طبيعة تلك المهام والتحديات على سمعة المؤسسة العسكرية وصورتها لدى الجمهور العراقي، فكان لابد من معرفة تلك الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية وذلك من اجل دعمها اذا ما كانت إيجابية وتغييرها اذا ما كانت سلبية لان صورة المؤسسة هي من تعطي الأمان لدى المواطن وتعزز ثقته بالدولة ودورها في حماية مصالحه وامنه من الاعتداءات الخارجية .

وقد حدد الباحث مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الاتي: (ماهي طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي؟) وقد تضمن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية وكما يلي: -

1-ماهي مصادر تشكيل الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور؟

2-ماهي مصادر استقاء الجمهور للمعلومات عن المؤسسة العسكرية؟

3-ماهي وجهة نظر الجمهور عن طبيعة دور المؤسسة العسكرية؟

4-ما مدى تعرض الجمهور للبرامج الاعلامية الخاصة بالمؤسسة العسكرية؟

ثانياً: فرضيات البحث

الفرض الأول: -توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعاً لمتغير النوع (الجنس).

الفرض الثاني: -توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعاً لمتغير (العمر).

الفرض الثالث: -توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعاً لمتغير (التحصيل الدراسي).

ثالثاً: أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية المؤسسة العسكرية والادوار التي تؤديها من الدفاع عن ارض الوطن ضد أي اعتداء خارجي ومعالجة التحديات الأمنية الداخلية من خلال التصدي للعمليات الإرهابية ومنعها من الاعتداء على امن المواطن، وكل ذلك كان له الاثر الكبير في حماية المصالح الوطنية والنظام السياسي والاستقرار الأمني والاقتصادي للدولة ، وتأتي أهمية البحث ايضا من توفير رؤية علمية ومؤشرات حقيقية عن طبيعة صورة المؤسسة العسكرية لدى قياداتها والتي تمكنهم فيما بعد من اعداد دراسة تساعد في تحسين صورتهم الذهنية او تعزيزها من خلال اتخاذ مجموعة من الإجراءات الخاصة بذلك او تكثيف برامجها الإعلامية التي تحاول ان تعطي صورة واضحة عن المؤسسة العسكرية وادوارها وتضحياتها، فالوقوف على المكانة التي تحتلها المؤسسة العسكرية تساعد القيادات العليا في الدولة على اتخاذ قرارات تتعلق بمهام تلك المؤسسة وانشطتها لاستعادة ثقتها وتعزيز صورتها لدى الجمهور العراقي بعد ان عصفت بها مجموعة من التحولات والتحديات التي مرت بها تلك المؤسسة كما مرت بها الدولة العراقية بجميع تشكيلاتها ومؤسساتها.

رابعاً: اهداف البحث: حدد الباحث اهداف بحثه بالنقاط التالية: -

- 1- التعرف على طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي.
- 2- التعرف على مصادر تشكيل هذه الصورة.
- 3- التعرف على مصادر استقاء الجمهور للمعلومات عن المؤسسة العسكرية.
- 4- التعرف على مدى تعرض الجمهور العراقي للبرامج الخاصة بالمؤسسة العسكرية.
- 5- التعرف على طبيعة دور المؤسسة العسكرية في العراق من وجهة نظر الجمهور.

خامساً: مجتمع البحث وعينته

حدد الباحث مجتمع بحثه بجمهور مدينة بغداد بجميع مكوناته وفئاته كون جمهور مدينة بغداد جمهور متنوع ويضم كافة أطراف الجمهور العراقي من ناحية الدين والمذهب والقومية وكذلك اختلاف المستويات التعليمية والعمرية والذي يعد أحد مطالب اختيار مجتمع البحث.

اما عينة البحث فقد تم اختيار العينة العشوائية متعددة المراحل والتي بموجبها تم تقسيم مدينة بغداد الى كرخ ورسافة وكذلك تم تقسيم كل جانب الى عدد من المناطق وتم اختيار من بعض تلك المناطق محلات وازقة بحسب ما تم اختياره من طريقة القرعة لاعتماد أي منطقة واي محلة واي زقاق سيتم توزيع استمارات المقياس عليه والبالغ عددها 300 استمارة تم توزيعها على 300 عينة من مجتمع البحث والبالغة أعمارهم 18 سنة فما فوق اذ وزعت 150 استمارة في جانب الكرخ و150 استمارة في جانب الرسافة.

سادسا: نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تحاول ان تصف الظاهرة بشكلها العامة وتحاول الكشف عن عناصرها ومتغيراتها وعلاقاتها من اجل التعرف على الظاهرة وفهمها بشكل دقيق، اما المنهج الذي اعتمدته الباحث في بحثه هو المنهج المسحي من خلال مسح جمهور مدينة بغداد من اجل التعرف على الصورة التي يحملونها تجاه المؤسسة العسكرية من خلال استخدام أدوات الاستبانة والمقياس.

سابعا: مجالات البحث

أ- المجال الزمني : وحددت المدة من 2023/3/1 الى 2023/5/1 وهي المدة التي استغرقها الباحث في اكمال الجانب الميداني من البحث من خلال توزيع استمارات الاستبيان والمقياس على عينة البحث.

ب- المجال المكاني : وحدد الباحث مجاله المكاني في مدينة بغداد بجانبها الكرخ والرسافة .

ج- المجال البشري : وتحدد بجمهور مدينة بغداد من الذين بلغوا 18 سنة فما فوق وتم اختيار عينة منهم بمقدار (300) مبحوث .

ثامنا: أدوات جمع المعلومات

اعتمد الباحث على اداتي المقياس والاستبيان من اجل جمع المعلومات اللازمة عن متغيرات البحث، اذ صمم المقياس وتم بناءه وفق الخطوات العلمية وتكون من 18 فقرة توزعت مناصفة بين السلبية والايجابية وتضمنت بدائل ثلاثية من اجل الوصول الى أحد اهداف البحث وهو التعرف عن طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي عن المؤسسة العسكرية العراقية، وكذلك تم تصميم استمارة الاستبيان وتكونت من خمسة اسئلة لمعرفة المصادر التي يستقي منها الجمهور معلوماته عن المؤسسة العسكرية وكذلك لمعرفة دور أعضاء المؤسسة العسكرية في تكوين هذه الصورة والتعرف على مهام المؤسسة العسكرية من وجهة نظر الجمهور .

تاسعا: صدق وثبات أدوات جمع المعلومات

أ- صدق وثبات المقياس: تم عرض فقرات المقياس والبالغة (18) فقرة على مجموعة من الأساتذة المحكمين والمتخصصين في مجال الاعلام وبناء المقاييس* وتم اعتماد تلك الفقرات بعد ان حصلت على نسبة اتفاق أكثر من 90% مع الاخذ بملاحظات المحكمين في تعديل صياغة بعض الفقرات حتى تتلاءم مع طبيعة المبحوث وتكون ضمن مستوى فهمه وتحقق الهدف من المقياس.

اما عن ثبات المقياس فقد تم الاعتماد على معادلة (الفا كرونباخ) ومن اجل استخراج معامل الثبات تم تطبيق معادلة الفا على العينة الكلية والبالغة (300) استمارة فقد بلغ معامل الثبات (0.71) وهذا يعد مؤشرا على اتساق المقياس يمكن اعتماده.

* * الخبراء والمحكمون للاستبانة والمقياس حسب الدرجة العلمية والتخصص.

1-أ.م.د مدين عمران التميمي /قسم الاعلام / كلية الآداب / الجامعة المستنصرية.

2-أ.م.د محمد شاكر محمود / كلية الاعلام / جامعة ذي قار .

3-م.د حيدر شهيد هاشم / قسم الاعلام/ كلية الآداب / الجامعة المستنصرية

ب-صدق وثبات الاستبيان: تم عرض أسئلة الاستبيان على المحكمين المتخصصين في مجال الاعلام وتضمنت استمارة الاستبيان مجموعة من الأسئلة من اجل التعرف عن مصادر تكوين الصورة الذهنية التي يحملونها اتجاه المؤسسة العسكرية وطبيعة التعرض الى وسائل الاعلام ودورها في تشكيل تلك الصورة. اما عن ثبات الاستبانة فقد اعتمد الباحث على طريقة إعادة تطبيق الاستبيان عبر الزمن من خلال توزيع 10% من استمارات الاستبيان على نفس العينة بعد مدة أسبوع وجاءت النتيجة متطابقة من خلال استخدام معامل ارتباط بيرسون اذ بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.4) وهي أكبر من القيمة الجدولية والبالغة (0.31) عند مستوى دلالة (0.05) وهذا يدل على ثبات نتائج الاستبيان عن إعادة تطبيقه.

الإطار النظري

أولاً: مفهوم الصورة الذهنية وتعريفها

تعود كلمة الصورة الى الفعل (تصور) أي تكونت لديه صورة او شكل و (تصور الشيء) تخيله واستحضر صورته في ذهنه ومصطلح الصورة الذهنية ظهر مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين كمصطلح له علاقة بالمؤسسات التجارية لكنه ما لبث واستخدم في المجالات السياسية والإعلامية والمهنية المخلفة ، فالصورة الذهنية هي مدركات استقرت في الوعي واللاوعي واللذان يشكلان مخزون المعرفة لدى الانسان ، فالمدركات التي تنشئ في اللاوعي وتحكم أصحاب الصورة لا شعوريا وتؤدي بالنتيجة الى قصور فهم الآخر على عكس المدركات التي تنشئ في الوعي فإنها تسهم في فهم الآخر بشكل واضح فالإدراك والصورة عمليتان مترابطتان ، والإدراك يجعل الفرد يستخدم المعلومات المتاحة من اجل تشكيل انطباعات عن الآخرين والتي بدورها سوف تؤدي الى اتخاذ القرارات المناسبة تجاه الآخرين (القادر، 2012، الصفحات 26-28)

ان إدراك الفرد لما حوله يبقى منوطاً بمدركاته وقدراته الحسية والذهنية، لذا فلا يمكن للفرد ان يحيط بحقيقة الأشياء من حوله بشكل كامل الا بحدود مدركاته وتصوراتهِ ليشكل صورة عن الأشياء سواء كانت افراداً او مؤسسات (العيسوي، 2017، الصفحات 97-98)، ففي الحياة الواقعية فان التصورات والاهداف والتوجيهات هي من تحدد الاتجاه الذي ننتجه ، والطريقة التي نغير بها عالمنا الحالي ترتبط بشكل رئيسي بما لدينا من قدرات ومهارات ومعارف من اجل الوصول الى تلك الأهداف ، وان هذه القدرات والمهارات والمعارف تنمو باستمرار فالمعرفة تزداد والمهارات تكتمل والقدرات تتحسن ، وهي بذلك سوف لن تتناسب مع صور العالم التقليدية القديمة وما ينتج عنها

من توجيهات ، لذا لابد ان تتم توسعة تلك الصور القديمة وتعريف الأهداف من جديد بما يتيح التوجيه بشكل واضح الى حد ما وبالتالي يظهر كصورة ذهنية واضحة (هوتر، 2014، الصفحات 82-83)،

فالصور التي تتكون في الازهان لا تظل ثابتة بلا أي تغيير كون الصورة عملية ديناميكية وليست عملية استاتيكية فهي لا تتصف بالجمود والثبات وانما تتصف بالمرونة والتفاعل المستمر (عجوة، 2014، صفحة 11)، وهذا ما ينطبق عن استخدام تكنولوجيا جديدة والتي تؤدي الى حدوث مجموعة من المتغيرات بشكل غير مقصود والتي تلعب دور المشكلات الجديدة وكلما زادت وتنوعت المشكلات كلما زاد الخطر بسبب فقدان المستمر لتوحد الصورة الذهنية (هوتر، 2014، صفحة 83)، وهذا ما ينعكس على دور وسائل الاعلام الجديدة في تشكيل الصورة الذهنية وكيف مكنت تلك الوسائل من توضيح وتشويه في نفس الوقت للصورة الذهنية من خلال اتاحة واستخدام تلك الوسائل التقنية الحديثة الى مختلف المؤسسات والافراد فأصبحت سلاح ذو حدين .

اما عن التعريفات التي تناولت مفهوم الصورة الذهنية فنذكر تعريف (والترليمبان) الذي يعرفها على انها "ذلك التصور المحدود الذي يحتفظ به الانسان في ذهنه عن انسان او امر ما، وان الناس يتعرفون على الحقائق ومعهم تصورات ثابتة مسبقة عنها" (المشاقبة، 2014، صفحة 215)،

اما الأستاذ الدكتور علي عجوة اذ يعرف الصورة الذهنية "هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الافراد او الجماعات إزاء شخص معين، او نظام ما، او شعب او جنس بعينه او منشأة او مؤسسة او منظمة محلية او دولية، او مهنة معينة، او أي شيء اخر يمكن ان يكون له تأثير على حياة الانسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم وعقائدهم" (عجوة، 2014، الصفحات 9-10).

ثانيا :مكونات الصورة الذهنية:

تتكون الصورة الذهنية من مجموعة من المدركات والاتجاهات والعواطف والسلوكيات وقد تكون هذه العناصر دقيقة وصحيحة وقد تكون مشوهة وخاطئة لذلك فان هذه طبيعة الصورة تكون مستندة الى مكوناتها، وهذه المكونات الثلاث هي (ندا، 2004، صفحة 30) :

1-المكون المعرفي: وهو المكون الذي يستطيع من خلاله الفرد ان يدرك موضوعا معيناً يتصل بمؤسسة او مجتمع او دولة مثل المعرفة بالأسس التاريخية لهذه المؤسسة او ذلك الشعب، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تستند عليها الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن المؤسسات او المواضيع الأخرى، وترتبط دقة الصورة الذهنية تبعا لدقة المعلومات عن المؤسسة، فعندما تكون هنالك أخطاء في الصورة لدى الافراد عن مؤسسة ما تكون بسبب اخطاء بالمعلومات التي حصل عليها الافراد عن المؤسسة او عن موضوع معين.

2-المكون الوجداني: وتتمثل في انفعالات الفرد ومشاعره نحو مؤسسة او دولة او مجتمع ما ويتدرج في شدة التقبل او الرفض بين الإيجابية والسلبية، ويتشكل الجانب المعرفي مع الجانب الوجداني ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات التي كونها الافراد وتبقى المشاعر التي تمثل اتجاهات الافراد نحو المؤسسات والأشخاص والقضايا المختلفة. فهو يتمثل في تعاطف كامل او نفور مع من تلك المؤسسة موضوع البحث.

3-المكون السلوكي: هو المكون الذي يمثل انعكاسا لقيم الفرد واتجاهاته وتوقعات الآخرين، والخطوات الاجرائية التي ترتبط بتصرفات الفرد إزاء موضوع الصورة بما يدل على قبوله أو رفضه بناء على تفكيره حوله وإحساسه الوجداني، فالصورة الذهنية ترتبط بالسلوك حيث يعد منبئا للسلوك المستقبلي للفرد.

ثالثا: أنواع الصورة الذهنية:

اختلف الباحثون على تصنيف الصورة الذهنية الى أنواع وذلك بحسب التعريفات التي وضعوها لهذا المصطلح وبحسب تفسيرهم للصورة الذهنية وكذلك بحسب التخصصات التي انطلق منها الباحثون في تناول موضوع الصورة الذهنية، اذ يرى فرانك جيفنكيز ان أنواع الصورة الذهنية هي (عفيفي، 2014، الصفحات 162-163):

- 1-الصورة المرأة: وهي الصورة التي ترى المؤسسة نفسها من خلالها.
- 2-الصورة الحالية: وهي الصورة التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- 3-الصورة المرغوبة: وهي الصورة التي تسعى المؤسسة الى تحقيقها وترسيخها في ذهن الجمهور.
- 4-الصورة المثلى: هي الصورة التي تكون متوقعة التحقق بعد الاخذ بنظر الاعتبار منافسة المؤسسات وسعيها في التأثير على الجمهور.

5- الصورة المتعددة: تحدث هذه الصورة عندما يتعامل جمهور المؤسسة مع مصدرين مختلفين للمؤسسة فيعطي كل منهم انطباع مختلف عن المؤسسة، لكن هذا التعدد لا يستمر وانما يتحول ويستقر الى صورة واحدة اما ان تكون ايجابية او سلبية.

رابعاً: خصائص الصورة الذهنية

تتصف الصورة بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الصور وهذه الخصائص يمكن ان نوضحها بالاتي (كمال، 2018، الصفحات 75-76) :-

1- ذات طبيعة بشرية : أي ان الصورة الذهنية ماهي الا نتاجات بشرية تتشكل في اذهانهم وتساعدهم في فهم العالم من حولهم .

2- التجانس: يطور الانسان تصورا منظما للعالم الخارجي ، وهذا التصور كل جزء منه يعمل في نطاق الكل من اجل خلق معنى ، فكل معلومة او حدث او تجربة جديدة تدخل وتأخذ مكانها المنظم ضمن التصور الذي تشكل لدينا.

3- الجزئية: وتعني ان الصورة الذهنية ماهي الا تعبير بسيط من الحقيقة ولا تشمل كل الحقيقة ، فعندما يسعى الفرد بتشكيل صورة معينة غالبا ما يقوم باختصار جزء من الاحداث وحذف بعضها ويعتمد ذلك على المعلومات والمدرجات السابقة التي كونت تلك الصورة فيميل الى حذف بعض الأجزاء واختصار بعضها او التركيز والاهتمام بأجزاء أخرى .

4- الذاتية والانحياز: ان عملية تكوين الصورة هي عملية ذاتية وغير حيادية ، فكما ذكرنا ان الفرد قد يحذف بعض الأجزاء من الحدث او التركيز على أخرى بحسب ميوله .

5- تجاوز حدود الزمان والمكان: يجتاز الانسان عند بناء صورة ذهنية جميع الحدود الزمانية والمكانية ، وانما هو يستعين بتلك الصورة من اجل فهم لأحداث حدثت في مكان لم يصل اليه او عن زمان لم يعيشه ويستعين بالصورة الذهنية من اجل فهمها.

6- التنبؤ بالمستقبل: عند بناء تصور عن شيء معين فيمكن من خلال هذا التصور التوقع بما سيحدث مستقبلا

خامساً: المؤسسة العسكرية العراقية

يقصد بالمؤسسة العسكرية بشكل عام هي مجموعة القوات المسلحة الدائمة وشبه الدائمة، وكذلك القوى النظامية شبه العسكرية كالشرطة والمخابرات وقوات الحدود والامن، وتضم ضمن تشكيلاتها دوائر عليا ووسطى ودنيا ومديريات وامريات ومراكز وجامعات عسكرية وكذلك ممكن ان تضم معامل ومنشآت ومصانع. الا ان مفهوم المؤسسة العسكرية من وجهة النظر العسكرية البحتة فهي المؤسسة التي تشمل القوات المسلحة بفروعها وأجهزتها وعدتها التابعة الى وزارة الدفاع (محمد، 2020، صفحة 427)

وتعد المؤسسة العسكرية العراقية بعد تشكيلها عام 1921م من أبرز وأهم مؤسسات الدولة العراقية وكانت لتلك الأهمية السبب في بسط السلطة السياسية قبضتها على المؤسسة العسكرية، بدءا من تأسيس الدولة العراقية ومحاولة الملك فيصل الأول من ربط قوة الجيش بقوة النظام السياسي اذ تم استخدام القوات المسلحة من قبل السلطة السياسية في قمع المظاهرات الشعبية والوطنية وأصبحت المؤسسة العسكرية توجه خارج مهامها المحددة دستوريا (المفرجي، 2016، صفحة 307)

وقد أشار عالم الاجتماع العراقي الدكتور علي الوردي الى اختلال صورة المؤسسة العسكرية لدى المجتمع العراقي والربط بينها وبين السمعة السيئة للسلطة عند العراقيين منذ العهد العثماني وامتداد سوء الظن الى العهد الملكي، وتعاقت هذه الصورة السيئة عن المؤسسة العسكرية الى الأنظمة السياسية المتعاقبة في النظام الجمهوري لحين دخول العراق الى مرحلة جديدة من التحول الديمقراطي بعد عام 2003 (المعموري، 2017، صفحة 125).

ان معظم الدول حديثة العهد بالديموقراطية والتي لاتزال بمرحلة التحول الديمقراطي كانت تعد المؤسسة العسكرية احد اركان ومكونات النظام السابق غير الديمقراطي ، لذلك تتطلب عملية تحويل مفاهيم الجمهور عن المؤسسة العسكرية ووظيفتها وأهدافها الى وقت طويل من اجل ترسيخ المفهوم الجديد للمؤسسة العسكرية ، اذ تؤكد العديد من الدراسات ان على النظم الحديثة التحول نحو الديموقراطية ومنها العراق تتطلب فهم ووعي من قبل العسكريين بانهم مسؤولون عن احترام السلطة المدنية وكذلك يجب ان يدرك المدنيين ان المؤسسة العسكرية والمتمثلة بالقوات المسلحة هي تمثل أداة شرعية للنظام الديمقراطي، وهنا تأتي دور الصورة الذهنية من اجل بناء انطباع إيجابي لدى الجمهور عن المؤسسة العسكرية من اجل ان تأخذ المؤسسة العسكرية موقعها في النظام الديمقراطي الجديد (حفيظي، 2020، صفحة 72).

سادسا: مصادر تكوين صورة المؤسسة العسكرية .

ان تكون الصورة الذهنية عن المؤسسة العسكرية لدى الجمهور تتكون من المعلومات التي يحصلون عليها حول المؤسسة وهذه المعلومات اما لها مصدرين وهما: -

1-المصدر المباشر: ويعتمد على الرسائل الشخصية والمعلومات التي يتلقاها الفرد من بيئة عمله وواقعه واحتكاكه مع من يمثلون المؤسسة العسكرية سواء من المفارز العسكرية او السيطرات او مراجعة الدوائر التابعة الى تلك المؤسسة او الاشتراك بها وبالتالي ستكون لديه انطباعات معينة حول المؤسسة العسكرية سواء سلبية او ايجابية بحسب طبيعة المواقف التي سيتأثر بها (الخطيب، 2011، صفحة 32). اذ يتم التفاعل الفردي مع المعطيات الذاتية وينتج قبول او اعتراض مع الرسالة التي يتعرض لها من خلال تلك المواقف (موسى، 2014، الصفحات 71-72) .

2-المصدر غير المباشر: ويعتمد على ما يتناقله الاصدقاء من الرسائل بناء على تجاربهم الخاصة مع تلك المؤسسة او بناء على ما يسمعه او يشاهده او من خلال وسائل الاعلام ويكونون انطباع معين تجاه تلك المواقف والاحداث الخاصة بالمؤسسة العسكرية وينقلونها الى الاخرين ليكونوا صورة ذهنية تبني على أساسها سلوك معين لدى الفرد كان يكون ذلك السلوك يحمل العدوانية او الانتقاد الى تلك المؤسسة او العكس من ذلك مثل الانخراط في تلك المؤسسة وتأييدها (لفتة، 2016، صفحة 55).

سابعا: دور وسائل الاعلام في تكوين صورة المؤسسة العسكرية.

تلعب وسائل الاعلام دور مهم ومؤثر في تكوين الصورة الذهنية من خلال ما تنقله من معلومات الى الافراد سواء كانت هذه المعلومات صحيحة ام خاطئة وهذا ما أكدته عالم الاتصال الأمريكي ولبرشرام في ان اكثر من 70% من الصور الذهنية التي يكونها الانسان تكون مصدرها وسائل الاعلام المختلفة (خلف، 2021، صفحة 20) ومن اجل مساهمة وسائل الاعلام في تكوين صورة ذهنية ايجابية عن المؤسسة العسكرية العراقية من خلال تقديم مضامين إعلامية تتناسب وتلك الصورة وعلى هذا يجب مراعاة ما يلي (يوسف، 2005، الصفحات 184-186):-

1- حسن استقبال الإعلاميين والترحيب بهم من خلال اعداد أماكن خاصة لاستقبالهم وخصوصا في المناسبات التي تخص المؤسسة العسكرية مثل الاحتفالية بترحيل طلاب الكلية العسكرية او الاحتفال بعيد تأسيس الجيش او الاحتفال بالانتصار في احدى المعارك من اجل نقل معلومات حقيقة عن المؤسسة العسكرية.

2- اعطاء المعلومات الصحيحة والصادقة الى الإعلاميين على النحو الذي لا يضر بالمؤسسة العسكرية او ما يتعارض مع وضعها وخططها ومكانتها الحساسة.

3- التعامل مع ما تتناقله وسائل الاعلام من انتقادات او سلوكيات لبعض أعضاء المؤسسة العسكرية بكل جدية والتعرف والتأكد من حقيقة تلك المعلومات والتعامل معها بما يضمن سمعة حسنة لتلك المؤسسة.

الإطار الميداني

أولاً: البيانات العامة لأداتي الاستبيان والمقياس.

1- المبحوثين بحسب النوع الاجتماعي (الجنس).

جدول (1) يبين المبحوثين من حيث النوع (الجنس)

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الذكور	192	64%	الاولى
2	الاناث	108	36%	الثانية
المجموع		300	100%	

يوضح جدول (1) أعلاه جنس عينة البحث التي وزعت عليهم استمارات الاستبيان والمقياس، اذ تبين ان نسبة الذكور احتلت المرتبة الاولى بفارق عن نسبة الاناث، اذ كان عدد الذكور (192) ونسبة 64% من العدد الكلي للمبحوثين، بينما بلغ عدد الاناث (108) ونسبة 36%.

2- المبحوثين بحسب العمر.

جدول (2) يبين المبحوثين من حيث (العمر)

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	29-18	116	38.6%	الاولى
2	39-30	94	31.3%	الثانية
3	49-40	58	19.4%	الثالثة
4	من 50 فما فوق	32	10.7%	الرابعة
المجموع		300	100%	

يوضح جدول (2) أعلاه الفئة العمرية للمبحوثين التي وزعت عليهم استمارات الاستبانة والمقياس، اذ تبين ان الفئة العمرية (29-18) احتلت المرتبة الاولى ، بعدد مبحوثين بلغ (116) مبحوثاً وبنسبة (38.6%) ،اما الاعمار التي تتراوح من (39-30) فقد جاءت بالمرتبة الثانية بعدد مبحوثين بلغ (94) مبحوثاً وبنسبة (31.3%) وجاءت بالمرتبة الثالثة الاعمار التي تتراوح من (49-40) بعدد مبحوثين بلغ (58) مبحوثاً وبنسبة بلغت (19.4%)، اما بالمرتبة الرابعة فقد كانت الاعمار التي تتراوح من (50 فما فوق) اذ بلغ عددهم (32) مبحوثاً وبنسبة بلغت (10.7%).

3-المبحوثين بحسب التحصيل الدراسي.

جدول (3) يبين المبحوثين بحسب التحصيل الدراسي

ت	التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	بكالوريوس	145	48.33%	الاولى
2	متوسطة	59	19.66%	الثانية
3	اعدادية	53	17.66%	الثالثة
4	شهادة عليا	24	8%	الرابعة
5	ابتدائية	19	6.33%	الخامسة
المجموع		300	100%	

يوضح الجدول (3) أعلاه، ان نسبة الحاصلين على شهادة البكالوريوس شكلوا اعلى نسبة، أذ بلغ عددهم (145) مبحوثاً وبلغت نسبتهم (48.33%)، في حين بلغ عدد الحاصلين على شهادة المتوسطة (59) وبنسبة

بلغت (19.66%) وجاءوا في المرتبة الثانية، اما الحاصلون على الشهادة الاعدادية فقد جاءوا بالمرتبة الثالثة بعد ان بلغ عددهم (53) ونسبة (17.66%) من عدد المبحوثين الكلي، بينما بلغ عدد الحاصلين على شهادة عليا (24) مبحوثاً شكلوا نسبة (8%) من عدد المبحوثين واحتلوا المرتبة الرابعة، فيما بلغ عدد الحاصلين على شهادة الابتدائية (19) مبحوثاً بنسبة (6.33%) وجاءوا في المرتبة الخامسة.

ثانياً: نتائج أداة المقياس

اعتمد الباحث على استخراج الاختبار التائي لعينة واحدة من خلال برنامج (SPSS) من اجل التعرف على طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور العراقي عن المؤسسة العسكرية وكما موضح في الجدول (4).

جدول (4) يوضح الاختبار التائي لعينة واحدة للتعرف على طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي

عدد العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة
300	41.4	12.60	36	2.1	1.90	299	0.05

تبين من خلال الجدول (4) ان الوسط الحسابي لعينة البحث هو (41.1) والانحراف المعياري (12.6) في حين بلغ الوسط الفرضي للمجتمع (36)، وبلغت القيمة التائية المحسوبة (2.1) وهي اعلى من القيمة الجدولية البالغة (1.90) عند مستوى دلالة (0.05) اما درجة الحرية فقد بلغت (299). وهذا يعني الصورة الذهنية عن المؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي هي صورة إيجابية.

ومن اجل التعرف على دلالة فروض البحث لإثباتها او رفضها فقد استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون والاختبار التائي لعينيتين مستقلتين وتحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة الفروق في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية تبعا لمتغيرات البحث (الجنس، العمر، التحصيل الدراسي) وهي كالآتي: -

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغير النوع (الجنس).

جدول (5) يبين نتائج الإختبار التائي لعينتين مستقلتين للتعرف على دلالة الفروق في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغير النوع (الجنس)

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
ذكور	192	41.8	11.12	-432	1.90	298	0.05	غير دالة
إناث	108	41.0	12.63					

يوضح جدول (5) -وعن طريق نتائج الاختبار الاحصائي باستخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير النوع الاجتماعي، اذ ان القيمة التائية المحسوبة كانت (-432) عند درجة حرية (298) ومستوى دلالة (0.05) وهي اقل من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1.90) وان المتوسط الفرضي للذكور هو (41.8) بانحراف معياري قدره (11.12) والمتوسط الفرضي للإناث بلغ (41.0) بانحراف معياري قدرة (12.63). لذا ترفض الفرضية.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغير العمر.

جدول (6) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغير العمر

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
29-18	116	40.2	12.86
39-30	94	41.1	14.95
49-40	58	41.4	14.48

من 50 فما فوق	32	42.8	15.23
المجموع	300	41.4	16.41

يوضح الجدول (6) أعلاه ان المتوسط الحسابي للفئة العمرية (18-29) قد بلغ (40.2)، وان الفئة العمرية (30-39) بلغ متوسطها (41.1)، اما الفئة العمرية (40-49) فقد بلغ متوسطها الحسابي (41.4)، وان المتوسط الحسابي للفئة العمرية (50 فما فوق) قد بلغ (42.80) وهذا يعني ان جميع المتوسطات الحسابية للفئات العمرية جاءت متقاربة من بعضها وهذا ما يؤكد الجدول (7) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغير العمر.

جدول (7) يبين تحليل التباين الأحادي للكشف عن طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور

العراقي تبعا لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	الدلالة
بين المجموعات	423.74	3	45.32	1.1	غير دالة
داخل المجموعات	3820	297	36.85		
المجموع	4243.74	300	-----		

يبين الجدول (7) ومن خلال استخدام تحليل التباين الأحادي بأنه لا توجد أية فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية لدى الجمهور العراقي تبعا لمتغير العمر، اذ ان القيمة الفائية المحسوبة بلغت (1.1) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (298) وهي اقل من القيمة الفائية الجدولية البالغة (2.27) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (298)، لذا ترفض الفرضية.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعا لمتغير (التحصيل الدراسي).

جدول (8) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعا لمتغير (التحصيل الدراسي).

التحصيل الدراسي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
-----------------	-------	-----------------	-------------------

14.28	43.6	24	شهادة عليا
11.40	42.9	145	بكالوريوس
12.49	40.8	53	اعدادية
10.92	39.9	59	متوسطة
12.69	39.8	19	ابتدائية
12.35	41.4	300	المجموع

يوضح الجدول (8) أعلاه ان المتوسط الحسابي للتحصيل الدراسي (شهادة عليا) قد بلغ (43.6) وان التحصيل الدراسي (بكالوريوس) بلغ متوسطه (42.9)، اما التحصيل الدراسي (اعدادية) فقد بلغ متوسطه الحسابي (40.8)، وان المتوسط الحسابي للتحصيل الدراسي (متوسطة) قد بلغ (39.9) اما المتوسط الحسابي للتحصيل الدراسي (ابتدائية) فقد بلغ (39.8)، وهذا يعني ان جميع المتوسطات الحسابية للتحصيل الدراسي جاءت متقاربة من بعضها وهذا ما يؤكد الجدول (9) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعاً لمتغير (التحصيل الدراسي).

جدول (9) يبين تحليل التباين الأحادي للكشف عن دلالة الفروق في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعاً لمتغير (التحصيل الدراسي).

الدالة	القيمة الفائية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
غير دالة	1.510	165.42	4	485.40	بين المجموعات
		84.28	296	40522.23	داخل المجموعات
		-----	300	41007.36	المجموع

يبين الجدول (9) ومن خلال استخدام تحليل التباين الأحادي انه لا توجد أية فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور تبعاً لمتغير (التحصيل الدراسي)، اذ ان القيمة الفائية المحسوبة بلغت (1.510) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (296) وهي اقل من القيمة الفائية الجدولية البالغة (2.12) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (296)، لذا ترفض الفرضية.

ثالثاً: نتائج اداة الاستبيان استخدم الباحث أداة الاستبيان وتضمن مجموعة من الأسئلة وكما يأتي: -

1-مدى متابعة الجمهور للبرامج التابعة الى القوات المسلحة.

جدول (10) يوضح مدى متابعة الجمهور للبرامج التابعة للقوات المسلحة

مدى متابعة الجمهور للبرامج التابعة للقوات المسلحة					
لا اتابع		اتابع الى حد ما		اتابع	
ال تكرار	%	ال تكرار	%	ال تكرار	%
185	61.7%	40	13.3%	75	25%

يوضح جدول (10) ان (75) مبحوث من عينة البحث يتابعون البرامج التابعة للقوات المسلحة وبنسبة بلغت (25%)، وبلغ عدد الذين يتابعون الى حد ما (40) مبحوثا وبنسبة (13.3%) من عينة البحث، اما الذين لا يتابعون البرامج التابعة للقوات المسلحة فبلغ عددهم (185) وبنسبة (61.7%).

2-مدى تأثير أعضاء المؤسسة العسكرية على مكانة المؤسسة العسكرية لدى الجمهور.

جدول (11) يوضح مدى تأثير أعضاء المؤسسة العسكرية على مكانة المؤسسة العسكرية لدى الجمهور.

مدى تأثير أعضاء المؤسسة العسكرية على مكانة المؤسسة العسكرية لدى الجمهور.					
لا يؤثر		مؤثر الى حد ما		مؤثر	
ال تكرار	%	ال تكرار	%	ال تكرار	%
67	22.3%	94	31.3%	139	46.4%

يوضح جدول (11) ان (139) مبحوثا وبنسبة (46.4%) من عينة البحث يؤيدون بان أعضاء المؤسسة العسكرية يؤثرون على مكانتها لدى الجمهور العراقي، في حين بلغ عدد المبحوثين الذين يرون بأنهم يؤثرون الى حد ما (94) مبحوثا وبنسبة (31.3%) من عينة البحث، اما الذين يرون بأنهم غير مؤثرين فبلغ عددهم (185) وبنسبة (61.7%).

3-ماهي مهام المؤسسة العسكرية من وجهة نظرك؟

جدول (12) يوضح مهام المؤسسة العسكرية من وجهة نظر الجمهور

ماهي مهام المؤسسة العسكرية من وجهة نظر الجمهور
--

رد العدوان الخارجي		مكافحة الإرهاب		حفظ الامن الداخلي		جميعها	
التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
122	40.7%	85	28.3%	37	12.3%	56	18.7%

يوضح جدول (12) ان (122) مبحوث وبنسبة (40.7%) يرون ان رد العدوان الخارجي هي مهام المؤسسة العسكرية في حين يرى (85) مبحوث وبنسبة (28.3%) ان مهمة المؤسسة هي مكافحة الإرهاب في حين يرى (37) مبحوث وبنسبة (12.3%) ان حفظ الامن الداخلي من مهام المؤسسة العسكرية في حين يرى (56) وبنسبة (18.7%) يرون ان جميع ما تم ذكره هي من مهمات المؤسسة العسكرية.

4- ماهي أكثر المصادر التي يستقي منها الجمهور معلوماته عن المؤسسة العسكرية

جدول (13) يوضح أكثر المصادر التي يستقي منها الجمهور معلوماته عن المؤسسة العسكرية

ت	أكثر المصادر التي يستقي منها الجمهور معلوماته عن المؤسسة العسكرية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، اليوتيوب، انستغرام، تويتر)	124	41.3%	الاولى
2-	الاحتكاك المباشر بالجيش	72	24%	الثانية
3-	وسائل الاعلام التقليدية (التلفزيون، الصحف، الراديو)	63	21%	الثالثة
4-	من خلال الأصدقاء والاقارب	19	6.3%	الرابعة
5-	مراحل التعليم من خلال الكتب المنهجية	14	4.7%	الخامسة
6-	المهرجانات العسكرية	8	2.7%	السادسة
7-	المحاضرات والندوات	0	0%	السابعة
	المجموع	300	100%	

يوضح جدول (13) ان المبحوثين الذين يستقون معلوماتهم عن المؤسسة العسكرية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بلغ عددهم (124) مبحوث وبنسبة بلغت (41.3%) من حجم العينة وجاءت بالمرتبة الأولى عن بقية المصادر، في حين أجاب (72) مبحوث ان الاحتكاك المباشر بالجيش يعتبر مصدر معلوماتهم عن تلك المؤسسة وبلغت نسبتهم (24%) وجاءت بالمرتبة الثانية ، اما المرتبة الثالثة فكانت للذين اجابوا بان وسائل الاعلام التقليدية هي مصدر معلوماتهم عن المؤسسة العسكرية وبلغ عددهم (63) مبحوث وبلغت نسبتهم (21%) ، اما الذين اجابوا بان الأصدقاء والاقارب هم مصدر معلوماتهم عن المؤسسة فبلغ عددهم (19) مبحوث وبنسبة بلغت (6.3%) وجاء هذا المصدر بالمرتبة الرابعة، اما من أجاب بان مراحل التعليم والكتب المنهجية هي مصدرهم فكانت بالمرتبة الخامسة وبلغ عددهم (14) وبنسبة (4.7%) ، وجاء بالمرتبة الخامسة من اعتبر المهرجانات العسكرية مصدر معلوماتهم بعد ان بلغ عددهم (8) وبلغت نسبتهم (2.7%)، في حين لم يختار أي مبحوث مصدر المحاضرات والندوات كأحد مصادر معلوماتهم عن المؤسسة العسكرية.

النتائج

- 1-توجد صورة ذهنية إيجابية لدى جمهور مدينة بغداد عن المؤسسة العسكرية العراقية
- 2-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في صورة المؤسسة العسكرية لدى الجمهور تبعا لمتغير الجنس ومتغير العمر ومتغير التحصيل الدراسي.
- 3-أكثر من 60% من عينة البحث لا يتابعون البرنامج التلفزيوني للمؤسسة العسكرية.
- 4-أكثر من 75% من عينة البحث يرون ان أعضاء المؤسسة العسكرية لها دور في تكوين صورة ذهنية عنها.
- 5-ان (40%) من عينة البحث يرون ان مهمة المؤسسة العسكرية هي رد العدوان الخارجي
- 6-أكثر من (40%) من عينة البحث يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن المؤسسة العسكرية.

الاستنتاجات

- 1- الصورة الذهنية عن المؤسسة العسكرية لدى الجمهور هي صورة إيجابية على الرغم من كل ما مرت به هذه المؤسسة من قبل الأنظمة التي حكمت العراق الا ان الجمهور فرق ما بين المؤسسة والقيادات السياسية.
- 2- تعد مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام التقليدية من أولى مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور في بناء صورته عن المؤسسة العسكرية.
- 3- المرتبة الأولى من مصادر تكوين الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي هي المصادر غير المباشرة من خلال الاعتماد على وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي ومن خلال الأقارب والأصدقاء.
- 4- يعتمد الجمهور بالمرتبة الثانية على المصادر المباشرة في بناء صورته الذهنية عن المؤسسة العسكرية من خلال اعتبار ان الاحتكاك مع الجيش هي من اهم مصادر تكوين تلك الصورة.
- 5- اغلب الجمهور العراقي غير مهتم بما تنشره المؤسسة العسكرية من برامج تخص مؤسستها.

التوصيات

- 1- ضرورة تطوير البرامج الاعلامية الخاصة بالمؤسسة العسكرية وتوفير الدعم الكافي لها.
- 2- القيام بالمهرجانات العسكرية التي تستذكر جميع انتصارات الجيش من اجل ترسيخها في اذهان الجمهور.
- 3- ضرورة الإعلان والتأكيد من قبل جميع المؤسسات بان المؤسسة العسكرية مؤسسة مستقلة عن النظام السياسي وله اهداف وطنية.
- 4- القيام بدراسة للبحث عن العوامل التي ساعدت في بناء الصورة الذهنية عن المؤسسة العسكرية.

المراجع

- 1- ايمن منصور ندا. (2004). الصورة الذهنية و الاعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير. القاهرة: المدينة برس.
- 2- باقر موسى. (2014). الصورة الذهنية في العلاقات العامة. عمان، عمان، الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع - نبلاء ناشرون وموزعون.

- 3- بسام بشير خلف. (2021). بناء الصورة الذهنية وإدارة السمعة في المنظمات غير الربحية. مؤسسة سالم بن محفوظ الاهلية.
- 4- بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2014). معجم مصطلحات العلاقات العامة. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع ، نبلاء موزعون وناشرون.
- 5- بيداء ستار لفته. (2016). تأثير ابعاد الصورة الذهنية للشركة في جذب انتباه المستهلك العراقي للمنتجات المحلية. مجلة دراسات محاسبية ومالية (المجلد 11).
- 6- جيرالد هوتز. (2014). سلطة الصورة الذهنية ، كيف تغير الرؤى العقل والانسان والعالم (المجلد الاول). (علا عادل، المترجمون) مصر: عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية.
- 7- رفيف عبد الستار المفرجي. (31 اذار، 2016). دور المؤسسة العسكرية في سياسة الدولة العراقية. المجلة السياسية والدولية.
- 8- سارة عبد العزيز كمال. (2018). صورة الصحفي في السينما. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
- 9- عبد الخالق محمد عفيفي. (2014). العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية فن التواصل وصناعة القيم. القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- 10- عبد الرحمن بن عبدالله العبد القادر. (2012). الصورة الذهنية وعلاقتها بالاتصال الثقافي. الرياض: دار الكتاب الحديث.
- 11- علي عبد الهادي المعموري. (2017). الجيش والفصائل غير النظامية جدل الدولة والبدل الاثني. عمران للعلوم الانسانية والاجتماعية.
- 12- علي عوجة ، محمود يوسف. (2005). ادارة وتخطيط العلاقات العامة. القاهرة: التعليم المفتوح - كلية الاعلام - جامعة القاهرة.
- 13- علي عوجة. (2014). العلاقات العامة والصورة الذهنية (المجلد الثانية). القاهرة: عالم الكتب.
- 14- علي محمد الخطيب. (2011). اثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الاردني. رسالة ماجستير. عمان، الاردن: كلية الاعمال / جامعة الشرق الاوسط.
- 15- عماد جاسم محمد. (شباط، 2020). المؤسسة العسكرية العراقية العراقية واهمية التحول في العقيدة والمهام. مجلة الجامعة العراقية.
- 16- نجم عبد العيساوي. (2017). الصورة الذهنية للاحزاب السياسية عوامل تكوينها ودور العلاقات العامة في معالجتها. عمان: دار الابتكار للنشر والتوزيع.
- 17- نور الدين حفيظي. (2020). المؤسسة العسكرية والعملية السياسية. جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.